

**Положение  
о распространении социальной рекламы по заявкам социально  
ориентированных некоммерческих организаций, обеспечивающей  
информационную поддержку деятельности социально ориентированных  
некоммерческих организаций**

**1. Общие положения**

1. Настоящее Положение определяет порядок содействия органов местного самоуправления Ивановского сельсовета Рыльского района распространению социальной рекламы по заявкам социально ориентированных некоммерческих организаций, обеспечивающей информационную поддержку деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций в муниципальном образовании «Ивановский сельсовет» Рыльского района Курской области.

**2. Организационное обеспечение распространения социальной рекламы по  
заявкам социально ориентированных некоммерческих организаций**

2. Реализацию мер по содействию распространению социальной рекламы по заявкам социально ориентированных некоммерческих организаций, обеспечивающей информационную поддержку деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, в муниципальном образовании «Ивановский сельсовет» Рыльского района Курской области осуществляет Администрация Ивановского сельсовета Рыльского района.

3. Принятие решений по вопросам оказания информационной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям, связанным с оценкой материалов социальной рекламы, размещаемой по заявкам социально ориентированных некоммерческих организаций, с выявлением победителей конкурсов, а также по иным вопросам, предусмотренным настоящим Положением, осуществляется Уполномоченным органом на основании заключения Экспертного совета по социальной рекламе (далее - Экспертный совет).

4. Состав Экспертного совета утверждается согласно приложению 1 к настоящему Положению.

5. Положение о деятельности Экспертного совета, в том числе в части порядка проведения заседаний, принятия решений, устанавливается Уполномоченным органом.

Заседания проводятся по мере необходимости, с предварительным оповещением членов Экспертного совета о заседании не менее, чем за 7-10 дней.

Уполномоченный орган формирует повестку дня заседания Экспертного совета и осуществляет организационное и информационное обеспечение деятельности Экспертного совета.

Экспертный совет принимает решение большинством голосов при условии, что в заседании принимают не менее 50% членов Экспертного совета.

Деятельность Экспертного совета подлежит освещению в сети Интернет (на сайте Уполномоченного органа).

### 3. Распространение социальной рекламы по заявкам социально ориентированных некоммерческих организаций

6. Основные принципы поддержки распространения социальной рекламы:

- 1) принцип консолидации усилий;
- 2) принцип комплексности воздействия;
- 3) принцип адресности рекламных кампаний;
- 4) принцип учета интересов большинства групп населения.

7. Перечень социальных рекламных компаний на каждый календарный год утверждается Уполномоченным органом на основании заключения Экспертного совета.

8. Разработка и реализация каждой социальной рекламной кампании осуществляется в следующем порядке:

    поступление заявки на распространение социальной рекламы от социально ориентированной некоммерческой организации в Уполномоченный орган;

    рассмотрение поступившей заявки на заседании Экспертного совета в целях принятия решения о возможности проведения социальной рекламной кампании по поданной заявке;

    разработка проекта социальной рекламной кампании и его рассмотрение Экспертным советом;

    заключение договоров, обеспечивающих распространение рекламных материалов;

    проведение социальной рекламной кампании;

    анализ эффективности завершившейся социальной рекламной кампании.

9. Заявка на разработку проекта социальной рекламной кампании должна содержать следующую информацию:

1) описание ситуации и постановка проблемы (информация о деятельности организации, существующих задачах и проблемах, которые необходимо решить средствами социальной кампании, а также информация об опыте реализации предыдущих кампаний, данные об их эффективности и другая информация, способствующая лучшему пониманию стоящих перед кампанией социальной рекламы задач);

2) цель социальной рекламной кампании (информация о ключевых целях социальной кампании);

3) описание целевой аудитории (пол, возраст и иных социально-демографических, поведенческих и иных характеристиках целевой аудитории социальной рекламной кампании);

4) ключевое сообщение социальной рекламной кампании (какую информацию необходимо передать целевой аудитории, каких изменений добиться в изменении ее представлениях, отношении и поведении);

5) рекомендации по креативной и медийной стратегии (пожелания по тону коммуникации, типам медиаканалов и т.д.);

6) критерии оценки эффективности кампании (данные о том, по каким показателям коммуникативной и итоговой эффективности может быть оценена проведенная кампания);

7) сроки проведения социальной рекламной кампании.

10. Проект социальной рекламной кампании подлежит оценке Экспертным советом по следующим критериям:

    соответствие проекта условиям заявки, а также действующему законодательству о рекламе;

    наличие четко определенных целей проекта и целевой аудитории, на которую направлена социальная реклама;

    соответствие содержания и способов доведения социальной рекламы целям проекта и особенностям целевой аудитории;

    экономичность.

Приложение 1  
к Положению  
о распространении социальной рекламы  
по заявкам социально ориентированных  
некоммерческих организаций,  
обеспечивающей информационную поддержку  
деятельности социально ориентированных  
некоммерческих организаций

**Состав  
Экспертного совета по социальной рекламе**

---

(наименование муниципального образования)

(ФИО) -	(Должность) - Председатель Экспертного совета
(ФИО) -	(Должность) - заместитель председателя Экспертного совета

Члены комиссии:

(ФИО) -	(Должность)
(ФИО) -	(Должность)
(ФИО) -	(Должность)
(ФИО) -	(Должность)
(ФИО) -	(Должность)
(ФИО) -	(Должность)
(ФИО) -	(Должность)

В состав Экспертного совета целесообразно включать от 7 до 11 человек.

В состав Экспертного совета входят представители социально ориентированных НКО, представители Уполномоченного органа государственной власти и представители общественности, в том числе лица, имеющие заслуги и достижения в соответствующей сфере деятельности.

В состав Экспертного совета могут входить представители иных государственных органов. Количество представителей государственных органов в составе Экспертного совета должно составлять менее половины из общего числа членов Экспертного совета.